O SISTEMA DE VENDAGEM E A REMUNERAÇÃO DOS VENDEDORES NA INDÚSTRIA DE BENS DE CONSUMO EM SÃO PAULO — Por Publicações "PMV Pesquisas, Mercadologia e Vendas Ltda" (Edição própria, São Paulo, 1961, Cr$ 15.000,00).

É esta uma obra que merece elogios, tanto pelo seu valioso conteúdo, quanto pela maneira sóbria na interpretação de seus dados. Trata-se de relatório de uma pesquisa realizada entre 313 indústrias localizadas no município de São Paulo.

O trabalho abrange onze seções, três das quais podem ser consideradas introdutórias; as outras apresentam um resumo das análises dos oito setores fabris investigados, ou seja, da indústria de bens de consumo imediato e semiduráveis de alimentação, chocolates, bebidas, vestuário e calçados, tecelagem e malharia, produtos farmacêuticos e artigos de toucador, móveis e estofados e, finalmente, de aparelhos eletrodomésticos.

Para o administrador que opera em um dêstes setores, o inquérito constitui uma fonte inesgotável de inspiração para a tomada de decisões mercadológicas, particularmente no setor da remuneração de vendedores e das diretrizes de venda, pois pelo simples confronto de dados, poderá êle comparar a sua própria posição com a de seus concorrentes. Contudo, o valor do trabalho não se limita a isto. Dada a sua natureza inédita no Brasil, os dados coligidos pela PMV são úteis, também, para industriais que operam em outros ramos de atividade, além dos produtores, como também para os comerciantes em geral e para os intermediá-

rios em particular. A todos êles o inquérito oferece valiosos subsídios sôbre localização, propaganda, tipo de vendedores existentes, aproveitamento das vias de distribuição, utilização de marcas e patentes, funções exercidas por intermediários e vendedores, penetração de mercado dos bens de consumo produzidos em São Paulo — enfim, sôbre uma variedade de fatôres de interêsse precípuo para o administrador mercadológico. A êste cabe apenas interpretá-los à luz da sua própria experiência e tendo em vista a maior ou menor proximidade das condições vigentes no seu ramo de atividade com as existentes no setor de bens de consumo. O próprio relatório da pesquisa facilita, de um lado, mas dificulta, por outro, a realização dêsse tipo de análise comparativa. Facilita, por inspirar confiança em seus resultados; dificulta, por uma deficiência na apresentação.

Quanto ao primeiro aspecto, vários méritos cabem ser destacados, tais como:

1) a metodologia empregada pelos pesquisadores parece ser bastante satisfatória quanto à definição de objetivos, à elaboração do questionário ou à técnica de amostragem (apesar de sofrer dispersão na representação; por exemplo: 75% da totalidade das indústrias de chocolates e balas foram entrevistadas em comparação com 8,3% das do ramo de vestuário e calçados);

2) os problemas encontrados e as limitações do inquérito são honestamente apontados; e

3) a redação é simples (conquanto nem sempre bem revista) e se restringe ao essencial.

Do outro lado, a apresentação deixa a desejar, por dificultar desnecessàriamente o estudo comparativo entre dados e texto. As páginas não são numeradas, no texto não há referência direta aos quadros comentados e não há índice nem relação de quadros — tudo isto obrigando o leitor a, freqüentemente, procurar relações entre palavras e números, desviando a sua atenção do conteúdo.

Além dessa limitação de ordem estrutural, o relatório poderia ter-se enriquecido com uma seção de interpretação dos principais resultados encontrados e, destarte, facilitar a tarefa de confronto de resultados para o analista na emprêsa individual. Há, no trabalho, uma parte que comenta os dados em algumas tabelas de natureza geral, mas o comentarista nunca procura analisar êstes dados com o intuito de apontar determinadas características, tendências ou distinções entre os sistemas mercadológicos ou de remuneração vigentes nos diversos ramos. Ao proceder a esta análise, valiosas informações e subsídios para a determinação de diretrizes mercadológicas poderiam ter sido encontradas de imediato.

Todavia, face às suas grandes qualidades e tendo-se em vista o aspecto pioneiro do trabalho, estas limitações são apenas secundárias, pois o próprio relatório oferece os elementos para que um analista consciencioso proceda a êste estudo e acrescente as suas próprias notas ao texto, tornando-o mais fàcilmente manejável.

RAIMAR RICHERS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRÊSAS DE SÃO PAULO

TECHNICAL CHANGE AND INDUSTRIAL RELATIONS — Por W. H. Scott, J. A. Banks, A. H. Halsey e T. Lupton (Editado por T. S. Simey, Social Research Series, Liverpool, University Press, Liverpool, 1956, 1.ª edição, 336 páginas).

"Não obstante poder uma fábrica ser considerada para certos efeitos uma unidade isolada, imune a influências externas, na realidade ela não existe no vácuo mas está ìntimamente relacionada e moldada pela sociedade maior da qual é parte. É, por conseguinte, importante tomar em consideração as características principais da sociedade quando se busca entender o comportamento em uma firma." Com estas palavras, a equipe de pesquisadores do Departamento de Ciências Sociais da Universidade de Liverpool inicia a formulação do quadro de referência analítico para o seu trabalho de investigação de que resultou o livro.